

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Архангельской области
«АРХАНГЕЛЬСКИЙ ТЕХНИКУМ СТРОИТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ»
(ГБПОУ АО «Архангельский техникум строительства и экономики»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ АО
«Архангельский техникум
строительства и экономики»
_____ А.Г.

Филиппов

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

основной профессиональной образовательной программы
подготовки специалистов среднего звена по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

база основного общего образования
с получением среднего общего образования
очная форма обучения

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 486, зарегистрированного в Министерстве юстиции Российской Федерации 27 июня 2014 г., регистрационный № 32885.

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена по указанной выше специальности, входящей в состав укрупненной группы специальностей 21.00.00 Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия.

Разработчик: Штоббе Яна Павловна, преподаватель государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Архангельской области «Архангельский техникум строительства и экономики»

Рассмотрено и одобрено на заседании предметно-цикловой комиссии гуманитарного и социально-экономического, математического и общего естественнонаучного цикла

Протокол № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Председатель _____ О.В. Харитонова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга является частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания, достигаются личностные результаты и компетенции:

Код	Наименование компетенции или личностного результата
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.
ОК 3.	Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 4.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 5.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 8.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ПК 1.4.	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.
ПК 3.1.	Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.
ПК 3.2.	Использовать государственные геодезические сети и иные сети для производства картографо-геодезических работ.
ПК 3.3.	Использовать в практической деятельности геоинформационные системы.
ПК 3.4.	Определять координаты границ земельных участков и вычислять их площади.
ПК 3.5.	Выполнять поверку и юстировку геодезических приборов и инструментов.
ПК 3.6.	Выполнять полевые и камеральные геодезические работы по развитию и реконструкции сетей специального назначения (опорных межевых сетей).

ПК 5.1.	Организовывать свою деятельность как индивидуального предпринимателя (кадастрового инженера) или коллектива организации в соответствии с вышеприведенными видами деятельности.
ПК 5.2.	Планировать за предпринимательскую деятельность и отчитываться за нее.
ПК 5.3.	Устанавливать партнерские связи, заключать хозяйственные договора.
ПК 5.4.	Обеспечивать получение прибыли от хозяйственной деятельности.
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4 ЛР 14	<ul style="list-style-type: none"> — планировать и организовывать работу подразделения; — формировать организационные структуры управления; — разрабатывать мотивационную политику организации; — применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; — принимать эффективные решения, используя систему методов управления; — учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; — анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; — определять стратегию и тактику относительно ценообразования; — определять стратегию маркетинга. 	<ul style="list-style-type: none"> — сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; — особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); — внешнюю и внутреннюю среду организации; — цикл менеджмента; — процесс принятия и реализации управленческих решений; — функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; — систему методов управления; — методику принятия решений; — стили управления, коммуникации, деловое общение; — сущность и функции маркетинга; — конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	120
в том числе в форме практической подготовки:	46
теоретическое обучение	44
практические занятия	36
самостоятельная работа ¹	40
Промежуточная аттестация в форме <u>ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА</u>	

¹Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема учебной дисциплины в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием учебной дисциплины.

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ		7	ОК 1 - 8 ПК 1.4, ЛР 14
Тема 1.1. Сущность, этапы развития и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала:		4
	1.	Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий.	4
	2.	Цели и задачи менеджмента.	
	3.	Статус и роль менеджера.	
	4.	Виды разделения труда менеджеров.	
	5.	Черты современного менеджера и основные требования, предъявляемые к менеджеру.	
	6.	Основные стили управления.	
	Самостоятельная работа обучающихся		3
	1 Подготовка сообщения по теме «История развитие управления в России»		
РАЗДЕЛ 2 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ		18	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 2.1. Организация как объект управления	Содержание учебного материала:		8
	1.	Организация (предприятие) как объект управления.	4
	2.	Классификация организаций по основным критериям.	
	3.	Жизненный цикл организации.	
	4.	Анализ внутренней среды организации: Цели, задачи, персонал (люди), технологии и структура.	2
	5.	Анализ внешней среды. Факторы внешней среды прямого воздействия: поставщики, потребители, конкуренты, законы и государственные органы. Факторы внешней среды косвенного воздействия: состояние экономики, технологии, политические и социокультурные факторы, международное окружение.	2
	Практическое занятие № 1		2

	Составление сравнительной таблицы по отношению к прибыли организации «Типология организаций как юридических лиц»		
	Практическое занятие № 2	2	
	Заполнение таблицы «Характеристика стилей управления». Анализ параметров взаимодействия руководителя с подчиненными.		
	Практическое занятие № 3	2	
	Анализ внутренней среды организации		
	Практическое занятие № 4	2	
	Анализ внешней среды организации		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	1. Подготовка сообщения по теме: «Методы проектирования организационных структур».		
	2. Анализ требований, предъявляемых к ОСУ.		
РАЗДЕЛ 3 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ		22	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 3.1. Миссия и цели организации. Функции и принципы менеджмента.	Содержание учебного материала:	4	
	1. Миссия как цель нулевого порядка.	2	
	2. Содержание основных целей организации «Дерево целей».		
	3. Классификация целей организации.		
	4. Общие и конкретные (специальные) функции менеджмента. Общие функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Конкретные функции, отражающие специфику той или иной организационной системы.	2	
	5. Принципы менеджмента.		
	6. Предпринимательское управление.		
	Практическое занятие № 5	2	
	Постановка целей функционирования предприятия. Анализ влияния факторов внешней и внутренней среды на управление по целям		
	Практическое занятие № 6	2	
			ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14

	Анализ функций менеджмента		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	1. Ответить на вопросы: Чем отличается миссия организации от других её целей? Каково значение целей в управлении организацией? Почему миссия организации является основой её существования? Сформулировать возможные варианты миссий нескольких организаций. 2. Постановка профессиональных целей как основа жизненного успеха (попробовать сформировать для себя свое профессиональное «дерево целей»)		
Тема 3.2. Стратегическое управление организацией	Содержание учебного материала:	4	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1. Общая концепция стратегического управления	4	
	2. Понятие и виды стратегий организации		
	3. Выбор стратегии деятельности на основе SWOT – анализа.		
	4. Стратегическое планирование.		
	5. Тактическое и текущее планирование.		
	6. Бизнес-план.		
	Практическое занятие № 7	2	
«Разработка бизнес идеи»			
	Самостоятельная работа обучающихся	4	

	<p>Подготовка письменных ответов на вопросы преподавателя</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сравните понятия «стратегия», «стратегия организации», «стратегическое управление». 2. Что означает «разработать стратегию организации» и почему это необходимо? 3. Из каких взаимодополняющих подсистем состоит система стратегического управления? 4. Что представляет собой процесс стратегического управления? 5. В чем заключается основная цель анализа бизнес-среды? 6. Дайте краткую характеристику процесса анализа бизнес-среды. 7. В чем сущность SWOT- анализа как метода оценки бизнес-среды? 8. Назовите объекты диагностики внутренней среды организации. 		
РАЗДЕЛ 4 УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ		7	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4 ЛР 14
<p>Тема 4.1. Процесс и методы принятия управленческих решений</p>	Содержание учебного материала:	2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1. Содержание и виды управленческих решений	2	
	2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям		
	3. Процесс принятия решений		
	4. Методы принятия решений		
	Практическое занятие № 8	2	
	Разработка алгоритма решения управленческих проблем		
Самостоятельная работа обучающихся	3		
Подготовка сообщения по 10 правилам М. Рубинштейна, которые надо соблюдать при принятии решений. Как вы считаете, какие являются наиболее значимыми и почему?			
РАЗДЕЛ 5 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ		5	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14

Тема 5.1. Управление персоналом в организации	Содержание учебного материала:		1	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1.	Основные направления работы с персоналом.	1	
	2.	Критерии подбора персонала.		
	3.	Подбор кадров.		
	4.	Обучение персонала.		
	5.	Организация работы командой.		
	6.	Принципы эффективного управления персоналом.		
	7.	Оценка результатов работы персонала.		
	Практическое занятие № 9		2	
Деловая игра «Управление персоналом организации»				
Самостоятельная работа обучающихся		2		
Подготовка доклада по теме: «Механизм мотивации свободного и наемного труда в условиях рыночной системы хозяйствования». «Мотивы в общей системе потребностей, интересов, стимулов». «Материальное стимулирование в трудовых коллективах».				
РАЗДЕЛ 6 УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ И СТРЕССАМИ		6	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14	
Тема 6.1. Управление конфликтами и стрессами	Содержание учебного материала:		2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1.	Сущность и типы конфликтов.	2	
	2.	Причины конфликтов.		
	3.	Управление конфликтом.		
	4.	Управление стрессами.		
	Практическое занятие № 10		2	
	Управление конфликтами и стрессами в организации			
Самостоятельная работа обучающихся		2		
Создание творческого плаката по теме: «Сущность и значение дистресса в деятельности организации».				

РАЗДЕЛ 7 ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ		3	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 7.1. Деловое общение	Содержание учебного материала:	1	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1. Сущность и содержание делового общения	1	
	2. Виды и формы делового общения		
	3. Организация делового общения		
	Самостоятельная работа обучающихся Составление плана публичного выступления по теме: «Моя профессия специалист по земельно-имущественным отношениям».	2	
РАЗДЕЛ 8 СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА		6	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 8.1. Эволюция и концепция маркетинга	Содержание учебного материала:	2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1. Понятие и виды маркетинга.	2	
	2. Мотивация потребностей и регулирование спроса.		
	3. Цели маркетинга и его роль в бизнесе.		
	4. Принципы взаимодействия с ключевыми клиентами.		
	5. Виды маркетинга.		
	6. Маркетинговые концепции: понятие и виды.		
	Практическое занятие № 11 Сегментирование рынка	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Обоснование ответа на вопрос: Для какой концепции характерно утверждение «не пытайтесь производить то, что продаётся кое-как, а производите то, что будет, безусловно, куплено»?	2	
	РАЗДЕЛ 9 МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ		

Тема 9.1. Внутренняя и внешняя среда маркетинга	Содержание учебного материала:		2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1.	Понятие маркетинговой среды.	2	
	2.	Внутренняя и внешняя среда.		
	3.	Факторы маркетинговой среды: макросреды и микросреды.		
	4.	Методы анализа: STEP-анализа (PEST-анализа), результатом SWOT-анализа.		
	Практическое занятие № 12		2	
	Анализ среды маркетинга			
Самостоятельная работа обучающихся		3		
Анализ рынка недвижимости в городе Архангельске по вопросам преподавателя: 1. Какие факторы маркетинговой среды в большей мере подконтрольны предприятию (макросреды или микросреды)? Почему? 2. Каковы основные факторы макросреды? 3. Какие факторы микросреды вы знаете? 4. Какие факторы маркетинговой среды, по вашему мнению, оказывают наибольшее влияние на деятельность российского предприятия? 5. Какие виды контактных групп, как правило, существуют у предприятия? 6. Какие задачи помогают решать финансовые посредники, компании по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг? 7. Опишите методику проведения STEP-анализа (PEST-анализа). 8. Поясните, для чего используются матрицы возможностей и угроз. 9. Опишите методику проведения SWOT-анализа. 10. Что является результатом SWOT-анализа, а что – результатом STEP-анализа?				
РАЗДЕЛ 10 СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ			7	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14

Тема 10.1. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала:		2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1.	Место маркетинговых исследований в управлении предприятием	2	
	2.	Порядок проведения маркетинговых исследований.		
	3.	Источники информации для маркетинговых исследований.		
	4.	Методы маркетинговых исследований.		
	5.	Анализ потребительского поведения.		
	Практическое занятие № 13		2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Маркетинговые исследования				
Самостоятельная работа обучающихся		3		
Составление анкеты, целью которой является оценка спроса на рынке недвижимости по покупке квартир в новостройках или на вторичном рынке. Следует спрогнозировать ёмкость данного рынка, структуру (предпочитаемые потребителями модели), основные факторы, влияющие на покупку данного объекта.				
РАЗДЕЛ 11 МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА			17	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 11.1. Структура маркетинга	Содержание учебного материала:		6	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	1.	Рынок. Основные рыночные показатели.	6	
	2.	Конкуренция. Конкурентоспособность товара и организации.		
	3.	Поведение потребителей.		
	4.	Товарная политика.		
	5.	Ценовая политика.		
	6.	Сбытовая политика.		
	7.	Коммуникационная политика.		
	8.	Стратегический маркетинг.		
	Практическое занятие № 14		2	
Анализ поведение потребителей				
Практическое занятие № 15		2		

	Анализ товарной политики		
	Практическое занятие № 16	2	
	Анализ ценовая политики		
	Практическое занятие № 17	2	
	Анализ сбытовой политики		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщение на тему «Конкуренция. Конкурентоспособность продукта и организации» .	3	
РАЗДЕЛ 12 УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ		5	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
Тема 12.1. Управление маркетингом	Содержание учебного материала:	2	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 5.1 - 5.4 ЛР 14
	План маркетинга.	2	
	Изменение организационной структуры управления маркетингом.		
	Оценка эффективности маркетинговых подразделений.		
	Построение сетевого графика выполнения проекта и определение критического пути.		
	Построение графика (диаграммы) Ганта.		
	Определение бюджета маркетинга.		
	Самостоятельная работа обучающихся:	3	
Подготовка сообщения на вопросы преподавателя: 1. Определите содержание понятия «управление маркетингом». 2. Каковы статус и функции отдела маркетинга на предприятии? 3. Какие существуют системы организации службы маркетинга? 4. Какими преимуществами и недостатками обладают приведенные организационные структуры? 5. В чем отличие «жестких» маркетинговых структур от «мягких»? 6. Какая структура маркетингового подразделения является в России самой устойчивой? 7. Какие существуют методы расчета общего бюджета маркетинга? 8. Какой метод формирования бюджета маркетинга наиболее точен? 9. Что общего между контролем и планированием маркетинговой			

	деятельности?		
РАЗДЕЛ 13 МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЯХ		10	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4
Тема 13.1. Маркетинговая деятельность в земельно-имущественных отношениях	Содержание учебного материала:	4	ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1, 5.1 - 5.4
	1. Понятие и особенности Маркетинговой деятельности в земельно-имущественных отношениях.	4	
	2. Анализ рынка недвижимости.		
	3. Сегментация рынка недвижимости.		
	4. Принципы ценообразования и оценки земельных объектов.		
	Практическое занятие № 18	2	
	Анализ рынка недвижимости		
Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка презентации по теме: «Анализ рынка недвижимости в городе Архангельске», обозначить основных субъектов, выделить факторы, влияющие на формирование рынка недвижимости, провести сегментацию рынка недвижимости и выделить схемы позиционирования на рынке недвижимости.	4		
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета			
		Всего:	120

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет междисциплинарных курсов, оснащенный следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя, оснащенное ПК либо ноутбуком с лицензионным ПО;
- рабочие места преподавателя и обучающихся (столы, парты, стулья);
- доска (меловая или маркерная);
- секционные шкафы для хранения наглядных пособий и ТСО;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- калькуляторы по ½ на обучающегося.

Технические средства обучения:

- телевизор, либо мультимедийный проектор с экраном, либо интерактивная доска,
- звуковое оборудование (колонки, наушники, микрофон)
- проигрыватели (DVD-проигрыватель, телевизор, магнитофон или компьютер)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе

Основные источники:

1. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>.
2. Менеджмент. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 246 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02464-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491093>.

Дополнительные источники

1. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях : учеб. для студ. сред. проф. образования / В. Д. Сухов. — М. : Издательский центр «Академия», 2017. — 240 с.
2. В.Д. Грибов. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Грибов. – М.: КНОРУС, 2017 г. – 280 с.
3. Гражданский кодекс РФ - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142.
4. "Земельный кодекс Российской Федерации" от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 16.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/.
5. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_34683/.
6. Трудовой кодекс РФ .– М.: Проспект, КноРус, 2017.– 224 с.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.
8. "Бюджетный кодекс Российской Федерации" от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 14.03.2022) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/.
9. Чечевицына Л.Н. Экономика организации: учеб. пособие [Электрон. ресурс] / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Хачадурова.– Ростов н /Д.: Феникс, 2016.– 382 с. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)
10. Чечевицына Л.Н. Экономика организации: учеб. пособие / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Хачадурова.– Ростов н /Д.: Феникс, 2016.– 382 с.
11. Чечевицына Л.Н. Экономика организации: практикум: учеб. пособие / Л.Н. Чечевицына.– Ростов н/Д: Феникс, 2015.– 254 с.
12. Захарьин В.Р. Налоги и налогообложение / В.Р. Захарьин [Электрон. ресурс]. - М.: ФОРУМ, 2019. - 336 с.
13. Мельник М. В. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ. Учебник и практикум для СПО / М. В. Мельник, В. Л. Поздеев — М.: Юрайт, 2019. — 261 с.
14. Фаррахов А., Менеджмент. Учебное пособие. 2-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014 г. – 352 с.
15. Е.Л. Драчева. Менеджмент: учебник / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – М.: Издательский центр «Академия», 2010 г. – 288 с.
16. Герасимова Е.Б. Управление качеством / Е.Б. Герасимова, Б.И. Герасимов, А.Ю. Сизикин. – М.: ФОРУМ, 2009. – 256 с.
17. Костина А.В. Основы рекламы / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
18. Кнышева Е.Н. Менеджмент: учебное пособие / Е.Н. Кнышева.– М.: ИНФРА-М, 2006. – 304 с.
19. <http://www.finman.ru/about>- Сайт Журнала "Финансовый менеджмент".

20. <http://www.businessproekt.ru/> - Бизнес-проекты. BusinessProekt.Ru - статьи, пресс-релизы, новости, мероприятия, предложения, аналитика, консультации, интервью.

21. <http://www.aup.ru/>- Бизнес-портал AUP.Ru.

22. <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь : — планировать и организовывать работу подразделения;	планирование и организация работы подразделения в соответствии требованиям	Текущий контроль: выполнение практической работы №: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 18.
— формировать организационные структуры управления;	точность выполнения работ по формированию организационных структур управления, в соответствии с требованиями	Текущий контроль: выполнение практической работы 3, 6, 7, 8, 9.
— разрабатывать мотивационную политику организации;	точность выполнения работ по разработке мотивационной политике организации, соответствие требованиям, выполнение за необходимое время	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.
— применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения в соответствии с требованиями	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 8,9,10,14,15,16,17.

— принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	используя систему методов принимать эффективные решения в управлении	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.
— учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	выполнение работы в соответствии с требованиями в установленный срок	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.
— анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	анализ рынка недвижимости, осуществление его сегментации и позиционирования при выполнении работы, соответствие требованиям, выполнение за необходимое время	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 11, 12, 13, 14, 18.
— определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	определение стратегии и тактики по ценообразованию в соответствии с требованиями, выполнение за необходимое время	Текущий контроль: выполнение практических работ №: 13, 14, 15, 16, 17, 18.
— определять стратегию маркетинга.	выполнение работы в соответствии с требованиями в установленный срок	Текущий контроль: выполнение практических работ 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:		
— сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	сущность и характерные черты современного менеджмента знать в соответствии с научными подходами	Текущий контроль Устный опрос
— особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	разбираться в особенностях менеджмента в области профессиональной деятельности	Текущий контроль Устный опрос Письменный опрос
— внешнюю и внутреннюю среду	анализировать факторы внешней и внутренней	Текущий контроль Устный опрос

организации;	среды организации	Письменный опрос
—цикл менеджмента;	определять последовательность управленческих действий	Текущий контроль Устный опрос
—процесс принятия и реализации управленческих решений;	применять процесс принятия и реализации управленческих решений	Текущий контроль Устный опрос Письменный опрос
—функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	определять деятельность экономического субъекта в соответствии с функциями менеджмента	Текущий контроль Устный опрос Письменный опрос
—систему методов управления;	определять методы управления	Текущий контроль Устный опрос
—методику принятия решений;	применять методику принятия решений	Текущий контроль Устный опрос
—стили управления, коммуникации, деловое общение;	выстраивать коммуникации для системе управления для делового общения	Текущий контроль Устный опрос
—сущность и функции маркетинга;	определять понятие и функции маркетинга	Текущий контроль Устный опрос Письменный опрос
—конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	знать параметры рынка, факторы, оказывающие влияние	Текущий контроль Устный опрос Письменный опрос
ЛР 14	Учитываются в ходе оценивания знаний и умений по учебной дисциплине.	
Промежуточная аттестация по дисциплине в форме <u>ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА</u>		